

## 12 POINTS FÜR METRO –ERFOLGREICH HINTER DEN KULISSEN!

**METRO Cash & Carry Deutschland unterstützt als offizieller Lieferant den 56. Eurovision Song Contest, der in diesem Jahr in Düsseldorf stattfindet. Der Großhandelsprofi versorgt den Musikwettbewerb mit hochwertigen Lebensmitteln und ausgesuchten Gastronomielösungen. Zu dem Großereignis werden zwischen dem 30. April und 14. Mai zehntausende Übernachtungsgäste und zahlreiche weitere Besucher aus ganz Europa in Düsseldorf und Umgebung erwartet.**

### **METRO Cash & Carry startet die erste Belieferung an das Cateringunternehmen der Arena Düsseldorf**

Der Eurovision Song Contest rückt näher, jetzt geht es auch im METRO Cash & Carry-Großmarkt richtig los. In der vergangenen Woche begann der Großmarkt die Belieferung an das Unternehmen Aramark, das für das gesamte Catering der Mitarbeiter, Künstler und Journalisten in der Arena und im Pressezentrum zuständig ist. Die erste Belieferung war ein voller Erfolg: Innerhalb von nur einer Woche wurden unter anderem 160 kg Pasta und Spätzle, 250 kg Spareribs, 120 kg Äpfel und über 90 kg Käse ausgeliefert. Im Moment wird in erster Linie Verpflegung für die Helfer und Mitarbeiter zubereitet, die in und um die Arena alles für das Event aufbauen. Der Großhandelsprofi beliefert den Caterer bis zu sechs Mal pro Woche.

### **RIOBA-Kaffeebar im Pressezentrum des Eurovision Song Contest**

Im Pressezentrum an der Arena hat METRO Cash & Carry für die Journalisten und internationalen Delegationen etwas ganz Besonderes vorbereitet: Die RIOBA-Kaffeebar in einer großzügigen Loungelandschaft lädt zum Verweilen und Entspannen im hektischen Alltag des Pressezentrums ein. RIOBA, die Eigenmarke für Cafés und Bistros des Großhandelsprofis METRO Cash & Carry präsentiert sich mit aromatischen



Kaffeekreationen, hergestellt aus hochqualitativen Premium-Produkten. In erstklassigen Siebträger- und Kaffeefullautomaten gebrüht, schmeckt der RIOBA-Kaffee besonders vollmundig. Vom Cappucino über Latte Macchiato bis hin zu verschiedenen Tees, die RIOBA-Kaffeebar bietet für jeden Geschmack etwas. Im Pressezentrum finden die Pressekonferenzen der 43 Teilnehmerländer statt, außerdem haben die Journalisten dort Internetzugang und können die rund 700 Arbeitsplätze nutzen. Das Pressezentrum öffnet am 30. April und bleibt bis zum Ende des Eurovision Song Contests am 14. Mai zugänglich. In dieser Zeit steht auch die RIOBA-Kaffeebar den Besuchern zur Verfügung.

## TischBAR sorgt für Übersichtlichkeit im Gastronomiedschungel

Beim Eurovision Song Contest werden zehntausende Gäste in Düsseldorf erwartet, da kann es schon mal knapp werden, wenn es um die besten Plätze in den beliebtesten Lokalen der Stadt geht. METRO bietet mit dem Online TischBAR-Portal eine einfache Lösung: Das Gastronomieportal bietet die Möglichkeit bundesweit nach Cafés, Bistros, Kneipen und Restaurants zu suchen. Aus derzeit rund 12.000 Gastronomien, darunter 250 Düsseldorfer Lokalitäten, lässt sich das ideale

Restaurant oder Café für jeden Anlass finden – ob ein kühles Altbier am Rhein oder der beste Kuchen der Stadt. Die Nutzer der Seite können die Gastronomiebetriebe nach ihrem Besuch bewerten, so kann jeder Nutzer sehen, wo die Top-Adressen der Stadt sind. Mit der kostenlosen iPhone-App für unterwegs lässt sich noch einfacher auswählen: Eine Suchmaschine bestimmt den eigenen Standort, danach lassen sich die angezeigten Gastronomiebetriebe nach Typ sortieren. So lässt sich der lustige Eurovision-Abend mit Freunden in der Altstadtkneipe oder der Restaurantbesuch mit der Liebsten schnell und einfach planen: Die Bewertungen der anderen Nutzer durchgelesen, Lokal ausgewählt und über die angezeigten Kontaktdaten den besten Platz reserviert. Die iPhone App kann im App Store kostenlos heruntergeladen werden, weitere News zu TischBAR und den Lokalen in Düsseldorf, finden sich auch auf Facebook.



## Eurovision Package für Gastronomiekunden

Der offizielle Lieferant des Eurovision Song Contest, METRO Cash & Carry Deutschland, unterstützt seine Gastronomiekunden mit individuellen Lösungen. In der Eurovision Woche vom 7. - 14. Mai nutzen viele Gastronomen die Möglichkeit, neben der aktuellen Karte auch mit besonderen und außergewöhnlichen Speisen und Getränken bei den Gästen zu punkten. Mit einem Angebotspaket speziell für die Gastronomie erhalten Kunden des Großhandelsprofis Anregungen, um ihre Produkte und Services richtig gut zur Geltung zu bringen: Zum Beispiel ein Eurovision Package, bestehend aus Tischaufstellern und Postern. Die Poster im A3 Format eignen sich ideal für die Schaufenster, während sich mit den Tischaufstellern Cocktails und Speisen lecker präsentieren lassen. Ein kreativ gemixter Cocktail mit RIOBA Erdbeer-Sirup oder typische Nationalgerichte, bei METRO Cash & Carry Deutschland finden sich die passenden Zutaten für die große Songcontestparty.



## Eigene Eurovision Facebook-Seite für METRO Cash & Carry Deutschland

METRO Cash & Carry Deutschland startet unter [www.facebook.de/METROatESC](http://www.facebook.de/METROatESC) mit einer eigenen Facebook-Seite zum Eurovision Song Contest. Auf dem Facebook Profil „METRO Cash & Carry Deutschland@Eurovision Song Contest“ werden die Nutzer über Neuigkeiten rund um das Event informiert. Zwei Facebook Reporter sorgen für spannende Hintergrundberichte vor und hinter den Kulissen des Großhandels rund um den Songcontest. Mit einem täglichen Quiz um das Großereignis ist für Abwechslung gesorgt.



## Internationale Rezeptideen passend zum Eurovision Song Contest – mit der METRO Kochbuchapp „Das Gute essen“ auf Erfolgskurs

Zur großen Eurovision Party am 14. Mai 2011 punktet jeder Gastgeber gerne mit leckeren und gesunden Küchenkreationen. Ein raffiniertes Menü oder Buffet ist mit der App zum Kochbuch „Das Gute Essen“ ganz einfach gefunden und zubereitet: Die Rezeptausswahl erfolgt nach drei Kategorien: einfach lecker, kreative Rezepte und raffinierte Kreationen. Die Zubereitung der Gerichte ist einfach erklärt, damit das Nachkochen jedem gelingt. Mit der Favoritenfunktion lässt sich das Lieblingsgericht schnell wiederfinden, und wer sich überraschen lassen möchte, der bekommt durch das Schütteln des Geräts ein



Zufallsrezept. Zahlreiche Rezepte der Kochbuch-App stammen von Sterneköchen der Vereinigung "L'Art de Vivre" – darunter Vorspeisen, Fleisch- und Fischgerichte, Salate und Nachspeisen. Dass die App zum Kochbuch „Das Gute essen“ den Deutschen Preis für Onlinekommunikation gewonnen hat, zeigt dass die METRO nicht nur im klassischen Großhandel erfolgreich ist, sondern sich auch in neuen Geschäftsfeldern behaupten kann. Die mobile Software wurde aus 170 Mitbewerbern von einer 30-köpfigen Jury als ein Gewinner in der Kategorie „Online und Media“ im Bereich „Mobile und Apps“ prämiert. Die kostenlose Version der App wurde seit dem 24.02.2011 bereits mehr als 160.000 Mal heruntergeladen, die seit 14 Tagen erhältliche Premium-Fassung mehr als 500 Mal verkauft. Von jedem Exemplar geht ein Euro an die Tafelbewegung. Die Akzeptanz kann sich sehen lassen: Alleine die Social Media Plattform Facebook ([www.facebook.com/dasguteessen](http://www.facebook.com/dasguteessen)) wurde bereits rund 33.000 Mal aufgerufen. Hohe Zugriffszahlen verzeichnen auch Twitter ([www.twitter.com/dasguteessen](http://www.twitter.com/dasguteessen)) und die Website ([www.das-gute-essen.de](http://www.das-gute-essen.de)).

Diesen und die kommenden Newsletter sowie weitere Informationen zum Engagement von METRO Cash & Carry beim Eurovision Song Contest finden Sie zum Download unter [www.metro-cc.com/media](http://www.metro-cc.com/media)

Die METRO Cash & Carry Deutschland GmbH betreibt mit ihren beiden Marken METRO Cash & Carry und C+C SCHAPER mit mehr als 17.000 Mitarbeitern 117 Cash & Carry-Märkte in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens, das international in 30 Ländern mit rund 700 Märkten aktiv ist. Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Jahr 2010 einen Umsatz von rund 67 Mrd. €. Das Unternehmen ist in 33 Ländern an über 2.100 Standorten tätig und beschäftigt rund 290.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: Metro/Makro Cash & Carry – international führend im Selbstbedienungsgroßhandel, Real SB-Warenhäuser, Media Markt und Saturn – europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser.

## **Kontakt**

METRO GROUP

Externe Kommunikation und Pressearbeit METRO Cash & Carry

Jeanette Hütten

Schlüterstraße 1 || 40235 Düsseldorf

Telefon +49 (0)2 11 68 86 – 11 89

Telefax +49 (0)2 11 969 – 490 17 21

jeanette.huetten@metro.de

www.metro-cc.de